

Indice

Introduzione	9
Abbreviazioni	17

Parte prima La politica del petrolio

1.	L'Italia e le politiche petrolifere degli Stati Uniti	23
1.1.	Dalla guerra al dopoguerra	25
1.2.	La ricostruzione dell'AGIP	29
1.3.	Petrolio e Piano Marshall	37
1.4.	La "raffineria d'Europa"	42
1.5.	La creazione dell'ENI	48
2.	Sviluppo economico e consumi di massa	53
2.1.	Il protagonismo delle grandi aziende	54
2.2.	L'Ufficio studi dell'ENI	60
2.3.	Aziende pubbliche e consumi di massa	64
2.4.	Dall'ENI al centro-sinistra	69
2.5.	Dall'azienda ai consumatori	74

3.	Un Texas italiano	75
3.1.	Il miracolo dello sviluppo	77
3.2.	Una frontiera interna	81
3.3.	La costruzione del polo petrolchimico	84
3.4.	Un modello danese per un villaggio siciliano	89
3.5.	La fine di un ciclo	99

Parte seconda
Una repubblica di consumatori

4.	Un mondo di tigri e cani a sei zampe	103
4.1.	Imperi commerciali	105
4.2.	La potente benzina italiana	110
4.3.	Forme di internazionalismo americano	119
4.4.	Metti un tigre nel motore!	126
4.5.	Marketing all'italiana	131
5.	Vendere con successo	137
5.1.	Architetture della modernità	139
5.2.	Il volto della società	146
5.3.	Un battaglione d'avanguardia	151
5.4.	Una posizione sociale ambigua	156
5.5.	In difesa dei diritti dei benzinai	159

Parte terza
Petrolio e diplomazia culturale

6.	Il Mezzogiorno come modello di sviluppo	165
6.1.	La vocazione mediterranea dell'Italia	167
6.2.	Dal Sud ai Sud	171
6.3.	La "formula Mattei"	174
6.4.	L'ENI in Nord Africa	180

INDICE

7.	La Scuola di studi superiori sugli idrocarburi	191
7.1.	«La verità vi renderà liberi»	192
7.2.	Un corpo docente transatlantico	199
7.3.	Paul Rosenstein-Rodan a Metanopoli	203
7.4.	Una nuova classe dirigente per i paesi produttori	207
8.	L'internazionalità dell'AGIP	215
8.1.	Insuccessi europei	216
8.2.	I mercati africani	218
8.3.	Il ritorno in Libia	227
8.4.	Sviluppo e turismo in Marocco	230
	Conclusioni	237
	Fonti e bibliografia	241
	Indice dei nomi	265